

Milano, 10 novembre 2021

- **Fatturato dei 9 mesi 2021 in crescita del 37,6% rispetto al 2020 (-6,9% vs 2019)**
- **Nel terzo trimestre risultati superiori al 2019**
- **Forte crescita del canale e-commerce**
- **Ottimo risultato di Roger Vivier: +51,4% vs 2020 e +14,2% vs 2019**

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati di vendita dei primi nove mesi del 2021

Uscita di Umberto Macchi di Cellere dal CdA

Approvazione del Calendario Finanziario 2022

Il Consiglio di Amministrazione di Tod's S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano ed a capo dell'omonimo gruppo italiano del lusso, attivo nella creazione, produzione e distribuzione di calzature, accessori e abbigliamento di lusso e di alta qualità con i marchi Tod's, Roger Vivier, Hogan e Fay, ha approvato oggi i dati di vendita del Gruppo Tod's relativi ai primi nove mesi del 2021 (1 gennaio – 30 settembre 2021).

Commento del Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato:

“I ricavi del terzo trimestre hanno confermato il trend di miglioramento che abbiamo iniziato a registrare da qualche tempo. Siamo particolarmente soddisfatti nel constatare che, nel trimestre, i ricavi retail abbiano superato i valori del 2019 e che il mese di ottobre stia confermando questa accelerazione dei risultati di vendita.

Tutti i marchi stanno progredendo bene e sono molto apprezzati dai nostri clienti in tutte le regions a livello mondiale. Le collezioni attualmente nei negozi catturano l'attenzione dei consumatori per la loro qualità, per la loro modernità e per l'inconfondibile Italian Lifestyle.

Il mercato cinese cresce e continua a darci eccellenti risultati e, grazie alla clientela locale nei singoli Paesi, stiamo riscontrando un buon successo anche in tutto il resto del mondo. Molto importante la crescita del canale e-commerce, che sta dando eccellenti risultati, grazie agli investimenti fatti. I nostri siti produttivi sono ben organizzati per poter rispondere alla domanda crescente dei prodotti, garantendo il massimo della qualità possibile.

La nostra focalizzazione ora è nello strutturarci sempre meglio e sempre di più per quanto riguarda la strategia di comunicazione e nell'adottare tutte le azioni necessarie a garantire l'alto posizionamento dei marchi.

L'ottimo trend di crescita delle vendite retail, superiori anche a quelle del 2019, ci fa ben sperare che l'incremento dei volumi di vendita, insieme all'attenta gestione dei costi di struttura, ci permetterà di migliorare anche la redditività del Gruppo."

Commento ai dati di Fatturato del Gruppo

Nei primi nove mesi del 2021, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 622,6 milioni di Euro, in crescita del 37,6% rispetto allo stesso periodo del 2020¹. Questo implica un valore di ricavi pari a 224,3 milioni di Euro nel solo terzo trimestre del 2021, in crescita del 14,6% rispetto al terzo trimestre 2020 e superiore anche al terzo trimestre 2019. Il canale retail ha totalizzato ricavi pari a 155,7 milioni di euro nel trimestre, con un incremento del 5,8% rispetto al terzo trimestre 2019; a cambi costanti la crescita salirebbe al 6,4%.

Negativo l'impatto delle valute, visibile in particolare sui marchi Tod's e Roger Vivier, che hanno una maggiore presenza all'estero; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dei primi nove mesi del 2020, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sono pari a 628,2 milioni di Euro, in crescita del 38,8% rispetto allo stesso periodo del 2020.

Considerando che l'esercizio 2020 è stato pesantemente condizionato dalla pandemia da Covid-19, nelle tabelle seguenti riportiamo anche il confronto, a cambi costanti, con i dati dei primi 9 mesi dell'esercizio 2019² e ci riferiamo particolarmente a quest'ultimo per i commenti.

¹ Come evidenziato anche negli scorsi anni, non è pienamente significativa l'analisi dei dati dei singoli trimestri, data la non perfetta omogeneità nei diversi mesi dell'anno dei ricavi dell'attività industriale. Questo *reminder* è ancor più importante in questo esercizio, dato il profondo impatto della pandemia di Covid-19 sui risultati.

² Nel confronto tra i dati del 2021 e quelli del 2019, si deve tener conto che nei primi nove mesi del 2021, il tasso medio di apertura dei negozi è stato dell'89%, come media mondiale (valore che scende al 78% se riferito alla sola Europa) e che, dato il persistente contesto di pandemia, il Gruppo ha deciso di mantenere un atteggiamento di prudenza e di non immettere troppa merce sul mercato, a protezione del prestigio dei marchi.

Suddivisione del Fatturato per Marchio: eccellente performance di Roger Vivier e miglioramento progressivo dei ricavi di Tod's

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2021		9 mesi 2020	variazione %		Var. % su 9M 2019 a cambi costanti 2019
	cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020		cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020	
Tod's	296,1	299,6	211,3	+40,1%	+41,8%	-12,6%
Roger Vivier	161,4	163,4	106,6	+51,4%	+53,4%	+14,2%
Hogan	133,0	133,0	109,1	+21,8%	+21,9%	-11,3%
Fay	31,5	31,5	25,3	+24,5%	+24,5%	-18,2%
Altro	0,6	0,7	0,3	n.s.	n.s.	n.s.
TOTALE	622,6	628,2	452,6	+37,6%	+38,8%	-6,9%

La pandemia ha condizionato i risultati di vendita in tutte le aree geografiche, le categorie di prodotto e su entrambi i canali di vendita. L'andamento dei ricavi di ogni marchio riflette la sua composizione geografica e la sua struttura di distribuzione.

Il marchio Roger Vivier è stato quello che ha registrato il migliore risultato nel periodo, mentre Hogan e Fay sono stati i marchi più influenzati dalla loro maggiore esposizione ai mercati italiano ed europeo e al canale *wholesale*.

Siamo molto soddisfatti per i risultati del marchio Tod's, che sta ricevendo riscontri molto positivi sulle collezioni autunnali, in tutte le categorie di prodotto, sin dal loro arrivo nei negozi.

Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica: positiva performance di tutte le categorie con promettente accelerazione della pelletteria

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2021		9 mesi 2020	variazione %		Var. % su 9M 2019 a cambi costanti 2019
	cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020		cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020	
Calzature	501,3	505,4	371,1	+35,1%	+36,2%	-6,5%
Pelletteria e accessori	82,6	84,0	51,8	+59,5%	+62,3%	-7,9%
Abbigliamento	38,0	38,1	29,4	+29,2%	+29,4%	-10,0%
Altro	0,7	0,7	0,3	n.s.	n.s.	n.s.
TOTALE	622,6	628,2	452,6	+37,6%	+38,8%	-6,9%

Nel terzo trimestre dell'anno, i ricavi della pelletteria e degli accessori sono cresciuti a doppia cifra rispetto al valore del Q3 2019.

Molto bene anche i risultati delle calzature nel canale retail, anche se il dato complessivo di questa categoria riflette l'impatto della razionalizzazione del canale *wholesale*.

Suddivisione del Fatturato per Area Geografica: continua la forte crescita della Cina; nel terzo trimestre l'America torna positiva anche rispetto al 2019

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2021		9 mesi 2020	variazione %		Var. % su 9M 2019 a cambi costanti 2019
	cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020		cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020	
Italia	151,4	151,4	123,9	+22,2%	22,2%	-22,5%
Europa (escl. Italia)	127,2	127,5	115,1	+10,5%	+10,7%	-28,0%
Americhe (*)	41,4	43,7	25,9	+60,1%	+68,9%	-13,1%
Greater China (**)	224,0	225,0	124,8	+79,5%	+80,2%	+45,4%
Resto del Mondo	78,6	80,6	62,9	+24,9%	+28,1%	-18,3%
TOTALE	622,6	628,2	452,6	+37,6%	+38,8%	-6,9%

(*) include l'intero continente americano (Nord e Sud America).

(**) comprende: Cina Continentale, Hong Kong SAR, Macao SAR e Taiwan Region.

L'analisi dei risultati per area geografica riflette l'impatto che la pandemia ha avuto sulle attività dei vari Paesi, sia per i lunghi periodi di chiusura dei negozi nel 2020 e nei primi mesi del 2021, sia per il blocco delle frontiere e la conseguente drastica riduzione dei flussi turistici, che ha determinato la quasi totale assenza di turisti asiatici nei mercati occidentali.

Nel confronto con il 2019, si deve anche tener presente che, nei 9 mesi del 2021, il tasso medio di apertura dei negozi è stato dell'89%, come media mondiale, e del 78%, se riferita all'Europa.

Nei primi nove mesi del 2021, i ricavi in *Greater China* hanno registrato una crescita del 45,4% rispetto ai valori del corrispondente periodo del 2019, con una progressiva accelerazione durante l'anno. Nella regione "Asia e Resto del Mondo" il terzo trimestre ha subito un temporaneo rallentamento, legato soprattutto al Giappone. In accelerazione, invece, il *business* nelle Americhe, dove i ricavi del trimestre hanno superato il valore del corrispondente periodo del 2019.

Nel trimestre le vendite in Italia ed Europa si sono ulteriormente avvicinate ai valori di fatturato del corrispondente periodo del 2019, grazie alla forte domanda dei clienti locali, che ha parzialmente compensato l'assenza di turisti extraeuropei.

Suddivisione del Fatturato per Canale Distributivo: positiva la performance del canale *retail* e forte crescita del canale *e-commerce*, con ricavi più che raddoppiati rispetto al 2019

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2021		9 mesi 2020	variazione %		Var. % su 9M 2019 a cambi costanti 2019
	cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020		cambi correnti	cambi costanti 9 mesi 2020	
Retail (DOS+online)	447,7	451,8	304,2	+47,1%	+48,5%	-2,5%
Clients terzi (Franchising + Independenti)	174,9	176,4	148,4	+17,9%	+18,9%	-16,6%
TOTALE	622,6	628,2	452,6	+37,6%	+38,8%	-6,9%

I ricavi del canale diretto hanno totalizzato 155,7 mln di euro nel terzo trimestre 2021, superando del 5,8% il corrispondente dato del 2019 (+6,4% a cambi costanti). Solida crescita a doppia cifra del canale *e-commerce*, ma ottimi riscontri anche nei punti vendita del Gruppo.

Nei 9 mesi 2021, il fatturato del canale *retail* si avvicina ai valori del corrispondente periodo del 2019 (-2,5% a cambi costanti) e rappresenta il 72% del fatturato del Gruppo.

Il canale *wholesale* conferma il suo fisiologico ridimensionamento a livello mondiale, particolarmente visibile sui mercati europei. L'andamento nei singoli trimestri non è pienamente significativo, in quanto riflette anche il diverso *timing* delle consegne.

Al 30 settembre 2021, la rete distributiva del Gruppo è composta da 312 DOS e 96 negozi in *franchising*, rispetto ai 296 DOS e 109 negozi in *franchising* al 30 settembre 2020.

Uscita di Umberto Macchi di Cellere dal CdA

Facendo seguito a quanto comunicato in data 8 ottobre 2021, si informa che i rapporti in essere tra la Società e l'Amministratore e Direttore Generale Umberto Macchi Di Cellere sono stati consensualmente risolti dalle parti con efficacia da oggi.

In data odierna, il Consiglio di Amministrazione della Società, su proposta del Comitato Nomine e Remunerazione e con i pareri favorevoli del Comitato Controllo e Rischi e del Collegio Sindacale, ha deliberato di riconoscere al Dott. Macchi, oltre alle normali spettanze di fine rapporto previste dall'applicabile CCNL Dirigenti Industria e dalla Politica di Remunerazione 2021-2023 approvata dall'Assemblea degli Azionisti del 21 aprile 2021,

la complessiva somma di euro 1.400.000,00, a titolo di “Incentivo all’Esodo” ed a fronte delle rinunce, da parte del dirigente con responsabilità strategiche, ad ogni diritto o pretesa nei confronti della Società e delle sue controllate, connesse alla risoluzione del rapporto di lavoro ed alla cessazione dei rapporti di amministrazione con le tutte le società del Gruppo Tod’s, il tutto nel rispetto di quanto previsto dalla vigente Politica di Remunerazione e dalla Procedura sulle operazioni con parti correlate della Società.

Si precisa inoltre che, ad eccezione dell’uso dell’abitazione fino al 30 aprile 2022, non sono previsti per il Dott. Macchi il mantenimento o il riconoscimento di benefici (monetari o non monetari), né la stipulazione di contratti di consulenza successivi alla cessazione del rapporto di lavoro e di amministrazione.

A tal fine, la Società e il Dott. Macchi hanno sottoscritto, sempre in data odierna, un accordo transattivo, con relativo verbale di conciliazione, al fine di riflettere le condizioni sopra descritte. Tutti gli importi di cui sopra saranno corrisposti entro la fine del mese di gennaio 2022.

Si precisa che alla data odierna il Dott. Macchi non detiene azioni della Società.

La società rinnova i suoi ringraziamenti al Dottor Macchi per il lavoro svolto nel Gruppo con grande serietà e professionalità.

Il Consiglio, su proposta del Comitato Nomine e Remunerazione e sentito il Collegio Sindacale, ha deliberato di non cooptare un nuovo Consigliere in sostituzione del dimissionario Dottor Macchi, lasciando alla prima riunione utile dell’Assemblea dei Soci ogni decisione in merito all’eventuale nomina di un nuovo Consigliere ovvero alla riduzione del numero dei componenti del Consiglio di Amministrazione.

Approvazione del Calendario Finanziario 2022

Nella riunione odierna, infine, il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Calendario Finanziario per il 2022, come qui sotto riportato.

Riunioni previste del Consiglio di Amministrazione:

25 gennaio 2022	CdA per l’esame dei dati di vendita dell’esercizio 2021
2 marzo 2022	CdA per la Convocazione dell’Assemblea Annuale degli Azionisti
10 marzo 2022	CdA per l’approvazione dei risultati dell’esercizio 2021
11 maggio 2022	CdA per approvazione dei dati di vendita relativi al primo trimestre 2022
7 settembre 2022	CdA per approvazione della Relazione Finanziaria Semestrale 2022
10 novembre 2022	CdA per approvazione dei dati di vendita relativi al periodo 1° gennaio - 30 settembre 2022

L’assemblea degli azionisti per l’approvazione del bilancio dell’esercizio 2021 sarà presumibilmente convocata il 27 aprile 2022.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Rodolfo Ubaldi dichiara, ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Per chiarimenti: Ufficio Investor Relations - tel. +39 02 77 22 51

e-mail: c.oglio@todsgroup.com

Sito corporate: [**www.todsgroup.com**](http://www.todsgroup.com)